## <<旅游市场营销>>

#### 图书基本信息

书名:<<旅游市场营销>>

13位ISBN编号: 9787566102393

10位ISBN编号:7566102397

出版时间:2012-1

出版时间:哈尔滨工程大学出版社

作者:王红,余力力 编著

版权说明:本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介,请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com

### <<旅游市场营销>>

#### 内容概要

本教材共10章,内容分为三个部分:

第一部分,旅游营销理论基础与主要的实践分析工具,包括第一章绪论(王红);第二章旅游市场营销环境分析、第三章旅游消费者行为分析(余力力);第四章旅游市场营销战略(王红)。

第二部分,旅游营销战略与策略,包括第五章旅游市场细分、目标市场选择与市场定位(季雨、王红);第六章旅游产品策略、第七章旅游价格策略(王红);第八章旅游营销渠道策略、第九章旅游促销策略(庄丽琴)。

第三部分,旅游营销理念与实践,包括第十章旅游营销理念及其策略(王红、季雨)。

## <<旅游市场营销>>

#### 书籍目录

<u>~~</u>	<del>立</del>	6±2A
	章	
<b>第</b> 一	- 力 +2	市场营销与市场营销学
_`	中场	与市场营销的含义
		营销学的产生与发展
第_	节	旅游市场与旅游市场营销
_、	旅游	市场的概念
<u> </u>	派游	市场营销的概念与特征
		旅游市场营销观念
		市场营销观念的含义
		市场营销观念的演变
		我国的旅游市场与旅游市场营销总述
-,	我国	的旅游市场总述
_、	我国	的旅游市场营销总述
第二	章	旅游市场营销环境分析
		旅游市场营销环境概述
_、	旅游	市场营销环境的含义 市场营销环境的特征 <sup>"</sup>
`	旅游	市场营销环境的特征 <sup>"</sup>
第二	节	旅游市场营销的宏观环境
_`	经济	环境 环境 法律环境
=,	政治	法律环境
四.	文化	环境
		:环境
		·环境
		旅游市场营销的微观环境
73-	- 1 <sup>7</sup> 厛安	
_`	顾客 竞争 公:	. <del>文</del>
Ξ,	元子 ハム	' <b>H</b> '
<u></u>	ム M 供应	: <del>故</del>
	中间	- · ·
		旅游市场营销的环境分析方法
_`	から	:与威胁的分析与评价 DT分析法
		我国的旅游市场营销环境现状分析
_`	<b>双性</b>	旅游市场营销的宏观环境分析  旅游市场营销的微观环境分析
	•	旅游消费者行为分析
第一	- 力	旅游消费者行为及其类型
_`	派游	消费者行为的含义
		消费者行为的类型
第二	节	影响旅游消费者行为的因素
_,	影响	旅游消费者行为的内在心理因素
\	影响	旅游消费者行为的外在环境因素

第三节 旅游购买决策过程 一、需要觉醒(need recognition)

### <<旅游市场营销>>

- 二、搜集信息(information search)
- 三、判断选择(eva1uation of a1ternatives)
- 四、购买决策(purchasedecision)
- 五、购后行为(postpurchase behavior)

第四节 组织购买行为

- 一、组织市场的类型与特点
- 二、生产者市场消费行为分析 三、中间商市场消费行为分析
- 四、非营利组织、政府市场消费行为分析

#### 参考文献

## <<旅游市场营销>>

#### 版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介,请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com